



Õpilafirma SendEST

Hugo Treffneri Gümnaasium

Juhendaja Ülle Seevri

Mentor Mihkel Moosel

2017/2018

SISUKORD

SISUKORD.....	2
SENDEST ESITLEB	2
MEIE ALGUS	2
TEENUS JA TEENUSEARENDEUS.....	4
MEESKOND - IGAL OSAKESEL ON ROLL TERVIKUS	6
TURG & TURUNDUS	7
FINANTSTULEMUSED.....	9
MEIE TÄNU JA AUSTUS TEILE.....	11

SENDEST ESITLEB

ALGUSES OLI MISSIOON ...

Maailmas elab ligikaudu **200 000 väliseestlast või Eesti juurtega inimest**. Meie turu-uuringust selgus, et Euroopas elavad väliseestlased tunnevad sügavat puudust eestimaistest toiduainetest. Nähes nii laiaulatuslikku probleemi, võtsime oma eesmärgiks see lahendada. **Leidsime, et Eesti Vabariigi sajandal aastapäeval peaks iga eestlane saama nautida Eesti toitu, hoolimata ajast ja elukohast.**

MISSIOONIST SAI TEENUS ...

Meie teenuse alustalaks on mugav ning kaasaegne **e-commerce platvormil põhinev veebipood sendest.eu**. Kliendil on võimalus vaid mõne klikiga tellida

endale meelepäraseid toidukaupu otse Eestimaalt. Tootevalikus on paljud armastatud maitset nii eestimaistelt suurtootjatelt kui ka väikestelt talutootjatelt. Pakkide kohaletoimetamise eest vastutab meie koostööpartner **Pakipoint**. Tellimus jõuab kliendini sõltuvalt sihtkohast kuni 7 tööpäeva jooksul. **Hetkel oleme Eestis ainuke taolist teenust osutav ettevõtte ning ühtlasi ka esimene õpilasfirma.**

TULIME, NÄGIME, TEGIME

Oleme enda üle uhked, et oleme nii lühikese ajaga suutnud luua **rahvusvahelise toimiva teenuse**. Hoolimata vahepealsetest rasketest aegadest, jäime siiski motiveerituks ning töötasime intensiivselt teenusearenduse kallal, ületades nii väikseid kui suuri probleeme. Täna oleme jõudnud punkti, kus **teenindame kliente üle kogu Euroopa, saades palju positiivset vastukaja**. Samuti oleme äritegevusega jäänud silma ka idufirmadele ning õpilasfirmadele korraldatud võistlustel.

LÕPUKS ÄRITEGEVUS ...

Käive: 769.16€

Kulud: 652.49€

Kasum: 116.67€

Tasuvus: 15.1%



Joonis 1. Kuvatõmmis SendESTi veebipoest

IGA LUGU VAJAB HEAD PEALKIRJA ...

Luues Eesti ja eestlusega nii tihedalt seotud õpilasfirmat, teadsime, et nimes peavad kindlasti kajastuma eeltoodud aspektid.

Seetõttu kombineerisimegi ingliskeelsed sõnad *send*, mis viitab firma tegevusele, ning *EST*, mis on rahvusvaheliselt tuntud Eesti lühend. **Tulemuseks oli kõlav ja meeldejääv SendEST.**

MEIE ALGUS

“Kas kellelgi on eestlasest sugulane, sõber või tuttav, kes elab välismaal ja igatseb eestimaiseid tooteid?” See küsimus kõlas 19. septembril 2017, kui viis entusiastlikku gümnasisti said Tartus Werneri kohvikus kokku ja selgus, et meil kõigil on selline tuttav. Me kõik soovisime, et meie loodava õpilasfirma tegevus lahendaks reaalse probleemi ning tundus, et eelnevas küsimuses peitus just niisugune probleem. Kuna keegi meist ei tahtnud tundmatus kohas pea ees vette hüpata, siis otsustasime väliseestlaste seas läbi viia turu-uuringu.

TURU-UURING

Turu-uuringu koostasime Google Formsiga ning viisime läbi väliseestlaste **Facebooki kommuunides**, nagu Eestlased Londonis, Eestlased Brüsselis, Eestlased Saksamaal jt. Kokku vastas küsimustikule **617 inimest**. Küsimustiku olulisimad küsimused olid:

- **Kas tunnete puudust eestimaistest toiduainetest?**

Tulemus: 92,1% vastanuist tundis puudust eestimaistest toiduainetest. (Vaata joonis 1).

- **Millistest toiduainetest puudust tunnete?**

Tulemus: Kõige rohkem tundsid vastanud puudust mustast leivast ja eestimaistest piimatoodetest. Kahjuks ei ole SendEST praegu veel võimeline külmtransporti pakkuma.

- **Kui palju oleksite maksimaalselt nõus transpordi eest maksuma?**

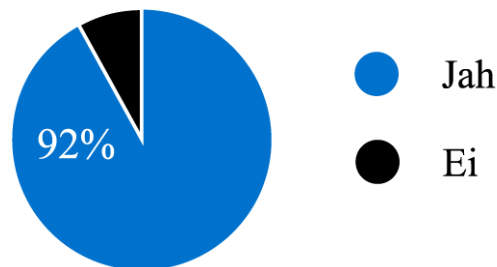
Tulemus: Maksimaalse transpordihinna aritmeetiliseks keskmiseks kujunes 16,25 €. Sellise hinnaga oleme suutelised ka väikse koguse tooteid saatma.

- **Huvi korral võimalus jätta oma meiliaadress.**

Tulemus: Kokku andsid vastanud meile **221 meiliaadressi**.

Meie järeldus turu-uuringu põhjal oli, et sellisel teenusel oleks nõudlust ning hakkasime tegelema teenusearendusega.

Kas igatsete eestimaiseid tooteid?



Joonis 2. Turu-uuringu tulemused.

IDEEDE GENEREERIMINE

Veetsime koos mitmeid õhtuid, et töötada välja toimiv ärimoodul. Kohtusime ka mitmete oma ala spetsialistidega, nagu **Allan Martinson** ja **Tommy Biene**, kes meid suunasid ning aitasid idee arengule kaasa. Lisaks sellele, julgustasid nad meid mõtlema ka rahvusvaheliselt ehk tegelema **riikidevahelise kaupade otseturustamisega**, mis on kindlasti olemas meie tulevikuplaanides ning mille

elluviimise nimel näeme vaeva juba praegu.

Suurim mure oli algselt transpordiga – transport pidi olema **odav ning kiire**, mida on aga Eesti geograafilise asendi tõttu raske saavutada. Võimalusi e-poe loomiseks tutvustas meile meie mentor **Mihkel Moosel**, kes on selles valdkonnas töötanud juba aastaid. Tema aitas kaasa ka turundusstrateegia loomisel.

TEENUS JA TEENUSE-ARENDUS

MIKS E-KAUBANDUS?

Viimastel aastatel on suured jaemüügifirmad järjest sulgenud kaubanduskeskusi ning ostnud endale suuri *online*-kaubandusettevõtteid, suurendades järjest oma müüki just internetis. **See tendents näib jätkuvat ka tulevikus.** Samuti on maailma kõige edukam kaubandusettevõtte Amazon peamiselt üles ehitatud e-kaubandusele. Seetõttu näeme ka meie SendESTis potentsiaali just e-kaubanduses.

SOBIVA MÜÜGIPLATVORMI OTSINGUD

Algselt proovisime oma e-poe luua valmisplatvormidele nagu **Voog** ja **Shopify**. Nende platvormide ülalpidamiskulud oleks võtnud liiga suure osa meie eelarvest ning muutmis- ja arendusvõimalusi oli vähe.

Olgugi et **Wordpress** vajab arendamiseks rohkem aega, otsustasime eelkõige väiksemate kulude ja paindlikkuse tõttu just selle platvormi kasuks.

Wordpressi suure paindlikkuse tagab lõputu pluginate ja teemade valik, lisaks on võimalik ise CSS-koodi kirjutada. Nende kolme veebiplatvormi võrdlemiseks

koostasime tabeli, kus hindasime igat veebiplatvormi kolme palli süsteemis.

E-poe	Voog	Shopify	Wordpress
Väikseim kulu	1	2	3
Arendamise paindlikkus	1	2	3
Arendamisele kuluv aeg	3	2	1
Maksevõimalused	3	3	3
Lisateenuste hinna ja kvaliteedi suhe	1	2	3
Kokkuvõte	9	11	13

Tabel 1. Veebiplatvormide võrdlus.

KUIDAS ARENDASIME VÄLJA E-POE SENDEST.EU?

Veebipoe loomine platvormil Wordpress koosnes kolmest etapist:

- 1) domeeni ja veebimajutuse ostmise;
- 2) veebipoe kujundamine ja ehitamine;
- 3) veebipoe sidumine erinevate rakendustega pluginate kaudu.

Domeeni ja veebimajutuse ostmisel otsustasime eestimaise internetiettevõtte **Veebimajutus.ee** kasuks.

Veebipoe kujundamisel ja ehitamisel kasutasime tasuta teemat, mida täiustasime erinevate pluginate ja koodijuppide lisamisega.

Veebimüügitöös tasub suurt rõhku pöörata veebilehelt saadavate andmete analüüsimisele ja klientide rahulolu tagamisele. Siinkohal tulevad kasuks

järgnevad rakendused, mille sidusime pluginate kaudu veebilehega:

- 1) **Google Analyticsi, Hotjari ja Facebook Pixeli** kaudu analüüsimise klientide tegevust veebilehel, et seeläbi müügiefektiivsust suurendada;
- 2) **Stripe** aitab sooritada turvalisi ja kiireid krediitkaardimakseid, mis tagavad kindlustunde nii meile kui ka klientidele;
- 3) **Mailchimp** kasutame efektiivselt meililisti kogumiseks ja professionaalsete uudiskirjade saatmiseks.

Hetkel võime kindlalt öelda, et **praegune e-poe süsteem täidab oma funktsiooni**, aga töötame tulevikus lihtsama, selgema ja mugavama kasutajakogemuse loomise nimel.

TRANSPORT PEAB TÖÖTAMA KUI KELLAVÄRK

Algselt tahtsime koostööd teha väikeettevõttega Estolink, mis pakub kaubaveo teenust Eestist UK-sse ja tagasi. Lisaks saab pakke saata vahepealsetesse riikidesse. Sarnast teenust pakkus ka üks kaubikujuht Eesti-Hispaania suunal. Nendega partnerluse sõlmimine oleks kaasa toonud väga madalad transpordihinnad, kuid fikseerimata sõidugraafiku ning tarneaja. Seetõttu otsustasime pöörduda suurte transpordifirmade poole, nagu DPD, Omniva, DHL jt. Kõige lähemale jõudsime partnerluse sõlmimisel Omnivaga, kes oli valmis pakkuma meile erihindu, kuid saatuslikuks sai äriregistrikoodi puudumine. Seejärel püüdsime hakkama saada Omniva erakliendihindadega. Viimaks saime detsembri lõpus Pakipointi kontakti, kelle teenust kohe ka kasutama hakkasime. **Pakipoint pakkus parimat hinna ja tarneaja suhet.**

RASKUSED NING NENDE ÜLETAMINE

“Läbikukkumine on lihtsalt võimalus uuesti alustada, seekord juba intelligentsemalt.” – Henry Ford.

Meie esimene veebilehe avalikustamine ning sellega kaasnenud jõulukampaania oli täielik põrumine. Lisaks sellele, et tellimuste arv oli ümmargune null, andis olukord hoobi ka enesekindlusele.

Faktor	I <i>launch</i> - 11. detsember	II <i>launch</i> - 30. jaanuar
Transport	Fikseeritud tarnehind, olenemata tellimuse kaalust.	Tarnehinnad vastavalt tellimuse kaalule.
Tootevalik	Tootevalik üsna väike (~40)	Tootevalik laienes märgatavalt (114)
Turundus	Turundus meililisti teel	Aktiivne turundus sotsiaalmeedias ning ühtlasi ka meililistis
Lehekülg	Maksevõimaluseks vaid pangakontole	Lisasime võimaluse maksta krediitkaardiga

Tabel 2. I ja II launchi võrdlus.

Otsustasime võtta aja maha ning põhjalikult analüüsida esimese *launchi* ebaõnnestumise tagamaid.

Lühikokkuvõtet meie analüüsist on võimalik näha juuresolevalt tabelilt, kus lisaks on võrdluseks toodud õnnestunud

launch. Üheks olulisimaks faktoriks, mis mõjutas negatiivselt meie esimest *launchi*, oli turundus. Kuna tegelesime turundusega vaid meililisti kasutades, ei jõudnud vajalik informatsioon piisavalt paljude väliseestlasteni. Seda viga ei korranud me teise *launchi* ajal ning turundus toimus aktiivselt nii sotsiaalmeedias kui ka meili teel. Samuti laiendasime oluliselt oma tootevalikut, mis andis omakorda klientidele suurema valikuvõimaluse.

KLIENT ON KUNINGAS

Oma teenuse arendamisel juhindusime alati klientide arvamusest ja soovidest.

Paljud SendESTi e-poe tooted on valikusse jõudnud just tänu klientide palvele.

Lähene me alati personaalselt iga kliendi probleemile või soovile ning viime oma e-poes läbi vastavad muudatused.

MEESKOND - IGAL OSAKESEL ON ROLL TERVIKUS

Tegevjuht Brandon Undrus on innukas, sihikindel ja konkreetne noormees, kes oskab suurepäraselt tiimi juhtida ja panna tegutsema ühise eesmärgi suunas.

Turundusjuht Siim Kokkota on

tähelepanelik, otsusekindel ja püsiv. Tal on väga head suhtlemis- ja läbirääkimisoskused. Tema ülesanneteks on tegeleda transpordiga, sotsiaalmeedias turundamine ning klientidega suhtlemine.

Arendus- ja disainijuht Maru Arukask on karismaatiline, sihikindel ja nutikas. Tema oskus märgata pisidetaile ning luua nendest terviklik meistriteos on muljetavaldav. Maru ülesandeks on tegeleda lisaks veebilehe arendamisele ka disainimisega.

Kommunikatsioonijuht Triinu Amboja on sõbralik, hea suhtlemisoskusega ning tema särav naeratus võlub nii mõnegi kliendi. Triinu hoolitseb sotsiaalmeedia kanalite eest.

Finantsjuht Anette Gertrud Pello on sama organiseeritud nagu Trello. Anettel on äärmiselt hea analüüsisoskus ning organiseerimisvõime, et saavutada parim ülevaade finantsasjades.

Mis on Trello?

Trello on aplikatsioon, mille abil saab organiseerida ja koordineerida meeskonnatööd ning seeläbi tõsta töö efektiivsust. Oleme kasutanud Trelot tööülesannete jaotamiseks ning kuupäevade meelespidamiseks.



Joonis 3. SendESTi meeskond (vasakult: Siim Kokkota, Anette Gertrud Pello, Maru Arukask, Triinu Amboja, Brandon Undrus)

MOTIVEERITUD TIIM ON EDU VÕTI

Edu sünnib vaid tänu **suurepärasele meeskonnatööle**, mis omakorda eeldab aga motiveeritud ning ühtseid liikmeid. Selleks, et tiimi ühtsust, motiveeritust ning meeleolu säilitada, on vajalik olla ühtne meeskond ka väljaspool tööd.

Kohvikuõhtud, Tartu linna parimad päevapraed ning arutelud nii kooli kui ka muud puudutataval teemadel on üks osa meie meeskonnatööst.

TURG & TURUNDUS

TURG JA KLIENDID

Kuna meie teenus täidab turul nišši, siis ei ole meil võimalik teenindada suurt osa turust. Siiski on meie turuosa piisavalt suur, et meie äri oleks kasumlik. Nagu juba eespool mainitud, on maailmas umbkaudu 200 000 väliseestlast või Eesti juurtega inimest. Meie pakume teenust hetkel vaid Euroopa piires. Facebooki gruppides, kus tegelesime aktiivse turundustööga, oli kokku umbes 100 000 väliseestlast.

Tänu Facebook Pixelile saime oma võimalikku klientuuri lähemalt uurida. Viimase 90 päeva jooksul külastas SendESTi veebilehte **2700 ainukülastajat** (*unique user*). Neist 69% olid naised, 19,7% mehed ning 11,3% jäi defineerimata. Vanusegruppidest külastasid meie veebilehte enim 25–34 aastased (33%) ja 35–44 aastased (25%). Keskmiselt tegi üks ainukülastaja meie veebilehel 12 klikki. Välisriikidest oli enim külastajaid UK-st, Saksamaalt, Iirimaa ja Belgiast. **Meie klient** on 25–34 aastane keskmisest kõrgema sissetulekuga väljaspool Eestit elav pereinimene, kes

tunneb puudust eestimaisest toidust või soovib proovida midagi uut.

TURUNDUS JA REKLAAM

Internetiettevõtet luues teadsime kohe, et meie **kõige olulisemaks turunduskanaliks saab sotsiaalmeedia**. Oma veebilehe esmakordsel avalikustamisel **11. detsembril 2017** turundasime oma e-poodi vaid turu-uuringust saadud meililistile. Kogu reklaam põhines paaril tutvustaval meilil. Tagantjärele vaadates me ei imesta, miks me ühtegi tellimust ei saanud. Esimese avalikustamise ajal oli meie veebipoe kujundus soe ja jõululik. Pärast esimest avalikustamist muutsime põhjalikult oma veebilehe kujundust ja stiili. **Üldiseks jooneks sai sinimustvalge** ning lisasime fotosid Eestile iseloomulikust loodusest, mis võiksid kliendis tekitada nostalgiat.



Joonis 4. SendESTi plakat aprillis 2018

Teise avalikustamise, **30.01.2018**, reklaami viisime läbi väliseestlaste Facebooki-kommunidades, mis tõi kaasa

kauaoodatud edu. Sama päeva õhtuks laekus esimene tellimus. Reklaam koosnes tutvustavast tekstist ja lingist veebipoodi. Siiski ei andnud ka see reklaam meie jaoks rahuldavaid tulemusi. Tulime idee peale kasutada reklaamimiseks plakatit, mis tõmbaks tähelepanu ja oleks informeeriv. 15. veebruaril 2018 postitasime Facebooki-kommunidadesse **Eesti Vabariigi sajandaks aastapäevaks eestimaise toidu tellimist üleskutsuva plakati**. Seda saatis edu, edaspidi oleme reklaamimisel alati kasutanud plakateid.

KONKURENDID

Antud hetkel puudub Eestis otsene e-poodi kasutatav konkurent, kuid sellegipoolest peame me oma peamisteks konkurentideks neid, **kes täidavad mingil määral sama funktsiooni ning rahuldavad osaliselt klientide probleemi**. Üheks suurimaks konkurendiks peame me Poola ja Vene poode välismaal, mis pakuvad Eesti toodetele sarnaseid tooteid. Sellised poed on eriti populaarsed näiteks Ühendkuningriikides ja Saksamaal, seevastu puudub neil mõju mõnes teises Euroopa riigis, nagu näiteks Prantsusmaal. Kui Poola ja Vene poodidest on võimalik kliendil saada oma kaup kiirelt kätte ning ilma transpordi eest maksmata, siis meie pakume klientidele just **eestimaiseid tooteid, mis on värsked ning külmutamata**.

Teiseks konkurendiks peame kaubaveoteenust osutavaid väikeettevõtteid. Nende eeliseks on odav transport, kuid neil on fikseerimata sõidugraafik ehk nad toimetavad kauba kohale vaid üksikutel kordadel kuu jooksul. Erinevalt SendESTist ei ole neilt kindla marsruudi tõttu võimalik tellida kaupa üle kogu Euroopa.

Konkurent	Nende eelised	Meie eelised
Poola ja Vene poed välismaal	Tooted jõuavad kiirelt kliendini, puudub transpordikulu	Eestimaised tooted, värsked ning külmutamata tooted
Tuttavad, kes saadavad Eestist	Puudub vahendustasu maksmine	Odavam transport, hoiab tuttavate aega kokku, mugav e-pood
Väikeettevõtted, kes pakuvad kaubavedu	Odav transport	Võimalus tellida endale sobival ajal, toimetame toote kohale olenemata kliendi elukohast, mugav e-pood

Tabel 3. Konkurentide analüüs.

Üheks konkurendiks peame me ka klientide tuttavaid Eestist, kes saadavad neile eestimaiseid tooteid. Klientide tuttavad ei soovi eeldatavasti vahendustasu, mis on ka selle eelis, kuid kaalukiviks saab siinkohal transpordi hind, mis on meil odavam. **Tellides SendESTilt, hoiab klient oluliselt kokku ka oma tuttavate aega.**

ÜRITUSED & LAADAD

Tartu õpilasfirmade jõululaat (16.12.2017)

Tartu õpilasfirmade jõululaat oli SendESTi jaoks esimene laadakogemus. Kuna pakume rahvusvahelist teenust, siis olime arvestanud, et laadad ei ole meie jaoks

raha teenimise koht. Seetõttu panime rõhku oma teenuse tutvustamisele ning ühtlasi ka meiliaadresside kogumisele inimestelt, kellel on välismaal tuttavaid ning kes võiksid olla meie potentsiaalsed kliendid. Laadal hoidsime viisakat puhast ja elegantset sinimustvalget stiili nii riides kui boksi kujunduses, pakkudes huvilistele ka meie partneri Muhi Pagarite küpsetatud värsket leiba võiga. Saime boksi disaini eest palju kiita. Saame Tartu õpilafirmade jõululaata pidada kordaminekuks – tekitasime inimestes meie teenuse vastu huvi, saime palju **positiivset tagasisidet ning kogusime ligi 50 meiliaadressi.**

Kaleidoskoobi eelvoor (30.11.2017)

Kaleidoskoop andis meie liikmetele hea kogemuse pitchimisest. Meie meeskonda esindasid laval Siim ja Brandon, kes suutsid tekitada huvi nii rahvas kui ka žüriis, saades kiidusõnu ning lunastades lõpuks välja ka **žürii eripreemia.**

Tallinna õpilafirmade laad (10.02.2018)

Tallinna õpilafirmade laad osutus meie jaoks äärmiselt edukaks. Meie boksist kõndis mööda palju välismaalasi, kelle pilgu kiirelt kinni püüdsime ning kellele seejärel ka oma teenust tutvustasime. Boksi disain jäi samaks. Päeva lõpuks krooniti SendEST ka Tallinna õpilafirmade laada **parimaks teenuseks.**

FINANTSTULEMUSED

SendEST emiteeris oma tegevusaasta alguses 115 euro eest aktsiaid, mis jaotusid vastavalt: 15, 25, 25, 25 ja 25 eurot. Esimesed kulutused olid seotud turunduse (kleebised, Tartu laad) ja veebipoe loomisega. Otsustasime ühiselt, et igakuist palka me ei maksa, vaid jaotame õpilafirma perioodi lõppedes kasumi vastavalt osalusprotsentidele. Pearamatu

tellimuste täitmise sektoris on kajastatud tellitud toodete ja vastavate pakendite ostmise ning transpordikulud. Muude kulude all on turundusega seotud kulutused (nt reklaam sotsiaalmeedias, kleebised, laadad) ja Stripe'i teenustasud. Samuti on sisse arvestatud ka õpilafirma registreerimistasu. Transpordihind kujuneb mitmetest aspektidest, milleks on sihtriik, paki kaal ja pakendamine. Tootehinnad on läbi mõeldud, arvestades omahinda ja väikest juurdehindlust.

AKTIVA	€	PASSIVA	€
Raha	231.67	Võlad	0.00
Materjal ja varud	0.00	Aktsia-kapital	115.00
Põhivara	0.00	Aruande-perioodi kasum	116.67
KOKKU	231.67	KOKKU	231.67

Tabel 4. Bilanss (EUR) 23.04.2018

1.TULUD	769.16
1.1. Müügitulu	769.16
2.KULUD	652.49
2.1. Tellimuste täitmine	558.47
2.2. Teenusehaldus	39.26
2.3. Muud	54.76
KASUM KOKKU	116.67

Tabel 5. Kasumiaruanne (EUR) 24.10.2017-23.04.2018

Finantsjuht:

Juhendaja:

SOTSIAALNE MÕJU

Õeldakse, et armastus käib kõhu kaudu, seega tahtsime kaotada välismaal elavate eestlaste igatsust eestimaiste maitsete järele, et ei kustuks nende armastus kodumaa vastu. Meie soov oli, et Eesti Vabariigi sajandal aastapäeval ning ka teistel tähtpäevadel ei puuduks eestlaste laualt eestipärased toidud. Tänapäeval räägitakse palju sellest, kuidas minnakse välismaale tööle ja elama ning seetõttu hakkavad eestlased kaotama sidet eesti kultuuriga. **Eesti on väikeriik ja selle kultuuri alleshoidmine on meie endi kätes.** Me tahame, et hoolimata elukohast, ei kaotaks ükski eestlane sidet Eestiga. Sellega aitame kaasa eesti kultuuri püsimisele. Kindlasti jõuavad väliseestlaste laualt eestipärased toidud ka nende välismaalastest sõprade ja tuttavateni. **Meie õpilasfirma mitte ainult ei aita hoida eesti kultuuri, vaid aitab seda viia kaugemale ning tutvustada välismaalastelegi.**

Teeme koostööd erinevate väiketootjatega, millega aitame kaasa Eesti väiketootjate turu laienemisele.

TEHTUD JA ÕPITUD

Õpilasfirma programmi vältel oleme arenenud nii me ise kui ka meie õpilasfirma. Oleme loonud ideest ettevõtte, mis on pidevalt arenev ja suurenev. SendESTi veebipood on teinud läbi suuri muutusi, et leida lahendus, mis töötaks laitmatult nii meie endi kui ka meie klientide jaoks. Selle täiustamisega näeme igapäevaselt vaeva.

Inimene õpib tehtud vigadest ja kogemustest, seega on iga olukord meile midagi uut ja kasulikku õpetanud.

Oleme õppinud oma kliente kuulama ja tulema nende soovidele vastu. Kahjuks ei

ole see alati kohe võimalik, seetõttu oleme õppinud otsima alternatiivseid lahendusi. Tihti on klienti raske mõista, kuid kannatlikkus ja avatus aitavad leida suurepärase lõpplahenduse.

Oleme aru saanud, et mis esmapilgul võib tunduda lihtne, võib osutuda väga keeruliseks ja aeganõudvaks. **Probleemid tuleb kohe lahendada,** et ootamatuste pärast ei kuluks liiga palju aega ning probleem ei süveneks.

Meeskonnana oleme teinud läbi suure arengu. Oleme õppinud toimima tiimina ning oleme kõik ka individuaalselt arenenud.

Brandon Undrus leidis, et temas arenes eelkõige kriitiliste situatsioonide lahendamise võime ning kiire reageerimise oskused ootamatutele olukordadele.

Siim Kokkota arendas oluliselt oma läbirääkimisoskusi ja sai aimu *copywritingu* baastehnikatest.

Triinu Amboja õppis, kuidas kirjutada tabavalt, kuid lühidalt ja huvitekitavalt.

Anette Gertrud Pello sai erinevaid finantsalaseid teadmisi ning õppis targalt kasutama Excelit.

Maru Arukask oskab nüüd luua terviklikke veebilehti. Lisaks on ta arendanud oma disainimisioskusi, luues SendESTi logo ja erinevaid reklaamplakateid.

OOTAB VEEL EES

SendEST jätkab kindlasti oma tegevust peale õpilasfirmade projekti lõppu. Tuleviku osas on nii suuri kui väikseid plaane:

- Jätkub tootevaliku laienemine.
- Veebilehe ja e-poe muudame kakskeelseks, lisandub inglise keel.
- Laienemine üle kogu maailma.

- Plaanis on avada sarnaste toidukultuuridega naaberriikide (nt Soome, Läti) väliskodanikele rahvuslike toidukaupade e-poed, niiviisi suurendaksime oluliselt oma klientuuri.
- Loomes harukontori mõnesse Euroopa suurimasse transpordisõlme, näiteks Frankfurti või Hamburgi, et muuta transport odavamaks.
- Külmutranspordi võimaluse loomine.

MEIE TÄNU JA AUSTUS TEILE

- Abivalmis mentor **Mihkel Moosel**
- Toetav juhendaja **Ülle Seevri**
- Targad nõuandjad **Allan Martinson** ja **Tommy Biene Starshipist**
- **Hugo Treffneri Gümnaasium**
- Fotograaf **David Ryabchikov**
- Kogemusi ja soovitusi jaganud **Festera meeskond**
- Vastutulelikud partnerid **Muhu Pagarid, Pakipoint, Urvaste külade selts, Sangaste mesi, Helen**
- Mentorklubi, **Marek mekk, Janeli Virnas**
- **Klientuur** – tagasiside, toetuse ning meisse uskumise eest
- **Vanemad** – nõu ja toetuse eest
- **Junior Achievement Eesti**
- **Fännid ja toetajad**

MUHU PAGARID

PAKIPPOINT

Sangaste mesi

STARSHIP

